¿Cómo hacemos un programa de radio?

Guía práctica

Los/as que hacemos comunicación a veces nos olvidamos de cosas tan básicas como cargar la batería de la cámara o el grabador, preguntarle el nombre y apellido a un entrevistado o llegar sin practicar a nuestro programa de radio.

La serie "Cómo hacemos" es parte del proyecto "Jóvenes producen derechos 2012", y fue pensada y redactada por distintos colectivos. Por chicas, chicos, jóvenes y adultos comprometidos con la comunicación y los derechos. Con estas guías queremos aportar algunas herramientas para todas las personas que se decidan a desarrollar una experiencia de comunicación.

Trabajamos durante mucho tiempo cada grupo por su lado, y nos reunimos a terminar el material, juntos, en una jornada en el Telecentro Educativo Raco. Nos apoyó para hacerlo la Red de Organizaciones por el Derecho a la Educación. Después vino la corrección, la diagramación y la impresión. Y resultó esto que tienen en sus manos.

Esperamos que lo **disfruten, usen, compartan y critiquen** (constructivamente).

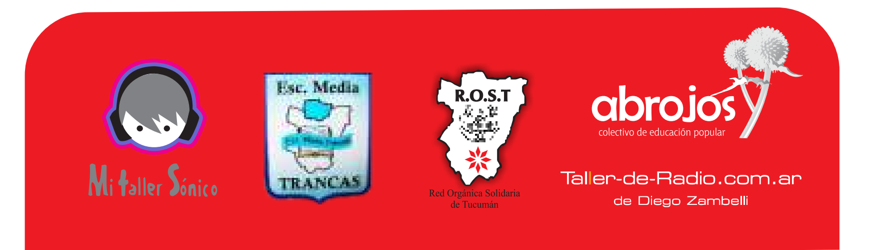
ESCUELA MEDIA DE TRANCAS
Natalia Dahud
nataeldahud@gmail.com

MI TALLER SÓNICO
Loló Bachur
lolobachur@hotmail.com

RED ORGÁNICA SOLIDARIA DE TUCUMÁN
Carlos López
rost@hotmail.com

TALLER DE RADIO
Diego Zambelli
diego@taller-de-radio.com.ar

ABROJOS
Emanuel Gall
info@abrojos.org



Guía práctica



¿CÓMO HACEMOS UN PROGRAMA DE **RADIO**?



SERIE CÓMO HACEMOS

PROYECTO JÓVENES PRODUCEN DERECHOS

¿Cómo hacemos un programa de radio?

La realización de un programa de radio tiene tres etapas: preproducción, producción y post producción.

El Lenguaje Radiofónico y su potencial expresivo

Así como el diario es para leer y la tele es para mirar, la radio es para escuchar!!

Pero eso no quiere decir que tengamos que explotar solo la palabra hablada. Tenemos que llevarle nuestros contenidos a los oyentes aprovechando los cuatro elementos del lenguaje radiofónico: la voz, la música, los efectos sonoros y el silencio.

Tenemos que cuidar la calidad sonora, el orden y la claridad al expresarnos y la utilización de recursos diversos.

En el aire, ¿contamos o leemos?

- No leer todo lo que decimos para no perder espontaneidad y personalidad.
- Llevar un punteo de las ideas que querés expresar, para no improvisar. Un programa no es una charla entre amigos.
- Adaptar para radio las noticias que sacas de diarios, revistas y portales de internet. Leelas como si fueras el conductor o locutor del programa.
- La radio suele ser escuchada mientras los oyentes realizan sus otras tareas cotidianas. Por eso un programa debe ser interesante, claro y comprensible para atraer oyentes.
- Hay que ir bien informado y manejar los temas que vas a tratar en el programa.

Formatos

Los formatos –tipos de programas- son muy variados. En la Argentina el magazine: de interés general, periodístico, infantil, cultural, deportivo, musical, femenino o de género, etc.- ocupa gran parte de las grillas de programación. Pero también existen: panorama, boletín y flash (llamados formatos informativos); radioteatro; transmisión deportiva; transmisión musical; reportaje, informe, documental; micro. Y todo lo vinculado al Radio Arte.

Programa

Un programa de radio se divide en bloques, que están separados entre sí por tandas publicitarias y promocionales. Gran parte de los formatos radiofónicos –magazine, panorama y boletín, documentales, reportajes, etc.- se divide a su vez en secciones.

Artística

Los distintos momentos de un programa –el comienzo, las secciones, el final- suelen estar delimitados, presentados o articulados por la artística del ciclo: apertura, separadores, highlights, secos, cortinas, ráfagas y cierre.

Roles

Aunque estamos más familiarizados con el conductor o conductora, en la radio hacen un trabajo fundamental: operadores, locutores, productores periodísticos, artísticos, ejecutivos y generales. También co-conductores, columnistas y cronistas, que conforman un magazine y relatores, comentaristas y personal de campo en una transmisión deportiva.

ANTES || PREPRODUCCIÓN 1

a. PENSAR Y PROPONER

Se trata de decidir qué temas abordar, con qué recursos, cómo hacerlo. Al elegir las noticias, también se determina cómo tratar cada una. Hay muchas alternativas:

- Los conductores cuentan la información al aire
- Un columnista desarrolla la noticia
- Se entrevista a un protagonista, testigo o voz autorizada para analizar los hechos
- Complementación con testimonios grabados
- Realización de un informe especial o reportaje
- Edits, dramatización, radioteatros
- Sonorización y musicalización

b. BUSCAR Y PREPARAR

- **Investigar** y ordenar la información para que los conductores cuenten la noticia al aire.
- **Generar** datos, audios, dramatizaciones, radioteatro, sonorización, música especial etc. para complementar la las noticias que desarrollarán los conductores o los columnistas.
- **Buscar** a los entrevistados y coordinar con ellos el día, horario, tema y duración del diálogo.
- **Armar** una grilla con la estructura general del programa y el orden de las secciones.
- **Administrar** y actualizar las redes sociales y blog del programa antes, durante y después de cada emisión.

DURANTE || PRODUCCIÓN



- Los conductores tienen que sonar muy bien informados cuando hablan al aire.
- Los conductores se comunican con el operador y el coordinador mediante señas.
- El coordinador de aire gestiona los tiempos del piso. Indica que se estire o se corte una sección. Tiene el programa en la cabeza.
- La producción, como ya dijimos tiene todo listo y disponible.

DESPUÉS || POST PRODUCCIÓN



- Intercambio de opiniones sobre qué salió bien o mal durante el programa.
- Limpieza y "enlatado" de la grabación del programa emitido para enviarlo a otras radios que lo repiten.
- Carga del audio del último programa en blog y redes, para difundirlo.
- "Venta" o repaso de los temas tratados en el último programa para promover su escucha on line y la de la próxima emisión.
- Envío de los audios de las entrevistas realizadas cuando el entrevistado o su asesor de prensa los solicitan.
- Remisión a otros medios y agencias de noticias del audio destacado de determinado momento del programa, para buscar "rebote" y re difusión.

AIRE

EN SÍNTESIS, para hacer un programa de radio necesitamos conformar un equipo de producción solidario y comprometido con el proyecto y que apunte en una misma dirección, que preparará los contenidos y recursos durante la etapa de Preproducción, los pondrá en juego y reformulará durante la Realización / Emisión y hará una sincera autocrítica para poder retomar el proceso con mejores resultados.